

**STRATEGI CV. HASBY & CO DALAM MEMENANGKAN
TENDER PENGADAAN BARANG DAN JASA PADA
PT. PERKEBUNAN NUSANTARA V DITINJAU
MENURUT PERSEPEKTIF
EKONOMI ISLAM**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan memenuhi
Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Islam (SE.Sy)



DI SUSUN OLEH:

ISMADI
NIM: 10725000246

**PROGRAM S1
JURUSAN EKONOMI ISLAM**

**FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN SYARIF KASIM
RIAU
2012**

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, dengan rahmat, nikmat dan hidayahnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, sehingga dapat dipersembahkan kepada pembaca yang budiman dan pembaca yang cinta akan ilmu pengetahuan.

Shalawat beriring salam kita sampaikan buat baginda Nabi besar Muhammad SAW, seorang reformasi sejati dalam sejarah kemanusiaan dan perintis peradaban.

Atas berkat rahmat Allah SWT, penulis berhasil menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Strategi CV. Hasby & Co dalam Memenangkan Tender Pengadaan Barang dan Jasa Pada PT. Perkebunan Nusantara V ditinjau Menurut Persepektif Ekonomi Islam”**. ini merupakan hasil karya tulis yang disusun sebagai skripsi yang diajukan sebagai salah satu untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi Islam Syariah pada Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum UIN Suska Riau.

Selanjutnya penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang setulus – tulusnya kepada:

1. Ayah dan Ibunda tercinta Buniran dan Sinar Mawati, yang selalu mencintai ananda dengan sepenuh hati dan rela mengorbankan segala demi kebahagiaan dan masa depan ananda.
2. Kakak tercinta Nuraini, serta Adik- adik Eka Umami, Azura, Rubiyah dan Suzila. Dan seluruh keluarga Sebagai sumber kebahagiaan.
3. Yang terhormat Bapak Prof. Dr. M Nazir, MA, selaku rektor UIN Suska Riau yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menimba ilmu yang sedalam – dalamnya.
4. Yang terhormat Bapak Dr.H. Akbarizan, M.Ag, M.Pd, selaku Dekan Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum yang telah memberikan izin dan kesempatan kepada penulis untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini.

5. Bapak Mawardi S.Ag.M.Si Ketua Jurusan Ekonomi Islam
6. Yang terhormat Ibuk Jumi Nelli, M.Ag selalu Penasehat Akademik yang telah membantu dalam penyelesaian Skripsi ini.
7. Yang terhormat Ibuk Nurnasrina, SE, M.Si selaku pembimbing skripsi yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan saran dan kritikan hingga skripsi ini selesai dengan baik.
8. Yang terhormat Bapak-bapak, Ibu-ibu dosen segenap Civitas akademik yang telah menyediakan waktu untuk penulis selama kuliah di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
9. Yang terhormat Bapak Kepala dan seluruh Karyawan Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang memberikan pelayanan dan fasilitas yang sangat berharga kepada penulis yang sangat membantu selama perkuliahan berlangsung dan hingga menyelesaikan skripsi penulis ini.
10. Seluruh karyawan CV. Hasby & Co Pekanbaru yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.
11. Kepada kakak watin yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi
12. Teman-temanku Hendra, Marjohan, Arif, Safrizal, Warda, Iza, Kamelia, Saiful, Wati serta seluruh teman-teman EI-3, serta teman-teman Ekonomi Islam Angkatan 07.
13. Seluruh karib kerabat dan semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Akhirnya kepada Allah SWT jualah segala kemuliaan dan kebesaran, marilah kita selalu berserah diri kepada-Nya, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca sekalian, Amin.

Pekanbaru, 15 Mei 2012
Wassalam

PENULIS

ABSTRAK

Permasalahan dalam penelitian ini, bagaimana strategi CV. Hasby & Co dalam memenangkan tender pengadaan barang dan jasa pada PT. Perkebunan Nusantara V dan bagaimana tinjauan ekonomi Islam terhadap strategi CV. Hasby & Co dalam memenangkan tender pengadaan barang dan jasa. yang beralamat di jalan Karyawan No. 271 Sidumulyo Barat, Tampan Pekanbaru. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Bagaimana strategi CV. Hasby & Co dalam memenangkan tender pada PT. Perkebunan Nusantara V dan tinjauan dalam perspektif ekonomi Islam.

Populasi dalam penelitian ini adalah pimpinan beserta seluruh karyawan CV. Hasby & Co yang berjumlah 12 orang. Sedangkan sebagai sampelnya penulis mengambil seluruh populasi dengan menggunakan metode total sampling. Dalam Pengumpulan data, penulis menggunakan observasi, wawancara dan dokumen yang diambil dari lokasi penelitian untuk melihat strategi CV. Hasby & Co dalam memenangkan tender pengadaan barang dan jasa pada PT. Perkebunan Nusantara V ditinjau menurut perspektif ekonomi Islam, di tambah dengan literatur yang berhubungan dengan penelitian ini. Analisa yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah analisa deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Strategi CV. Hasby & Co dalam memenangkan tender pengadaan barang dan jasa pada PT. PN V, pandang Ekonomi Islam tentang permasalahan strategi CV. Hasby & Co dalam memenangkan tender pada PT. PN V terdapat pelanggaran dalam Undang-undang dan syariat islam, karena perusahaan menggunakan cara bersekongkol sedangkan dalam UU NO. 5 tahun 1999 ada larang bersekongkol yaitu pada pasal 22, dan juga dalam pandangan ekonomi Islam ada unsur *najsy*. Menurut perspektif ekonomi Islam strategi CV. Hasby & Co dalam memenangkan tender tidak sesuai dengan ekonomi Islam karena terdapat pelanggaran dan unsur *najsy* yang tidak dibenarkan dalam syariat Islam.

DAFTAR ISI

	<i>Halaman</i>
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	vi
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Masalah	7
C. Rumusan Masalah	7
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	7
E. Metode penelitian	8
F. Sistematika Penulisan	10
BAB II : GAMBARAN UMUM CV. HASBY & CO PEKANBARU	12
A. Sejarah Berdirinya CV. Hasby & Co Pekanbaru	12
B. Visi dan Misi CV. Hasby & Co Pekanbaru	13
C. Fungsi dan Tujuan.....	14
D. Struktur Organisasi	14
BAB III : TELAAH PUSTAKA	21
A. Pengertian Strategi	21
B. Pengertian Tender	28
C. Mekanisme Tender.....	32

D. Tender dalam Islam.....	35
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43
A. Strategi CV. Hasby & Co dalam Memenangkan Tender Pengadaan Barang dan Jasa.....	45
B. Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Strategi CV. Hasby & Co dalam Memenangkan Tender Pengadaan Barang dan Jasa.....	52
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN.....	58
A. Kesimpulan	58
B. Saran.....	59
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1	Struktur Organisasi CV. Hasby & Co	16
-------------	--	----

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan dan perjalanan sejarah manusia dalam aspek ekonomi berkembang pesat dan semakin komplit. Kebutuhan manusia juga semakin tinggi dan tidak dapat dipenuhi sendiri menyebabkan mereka melakukan kegiatan tukar menukar dalam berbagai bentuk barter. Secara umum kegiatan ekonomi juga menyangkut tentang konsumsi yang pelakunya adalah konsumen.¹ Dengan demikian kebutuhan dan keinginan konsumen sangat penting untuk diketahui oleh suatu perusahaan yang menerapkan pemasaran. Untuk meningkatkan keberhasilan perusahaan semua kegiatan pemasaran yang dilakukan harus diarahkan untuk memberikan kepuasan bagi pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen.² Karena konsumen merupakan faktor utama bagi eksistensi suatu perusahaan. Oleh sebab itulah orientasi pada konsumen merupakan syarat mutlak yang harus dikedepankan bagi perusahaan.³

Setiap perusahaan selalu berusaha untuk dapat tetap hidup, berkembang dan mampu bersaing. Dalam rangka inilah, maka setiap perusahaan selalu menetapkan strategi dan cara pelaksanaan kegiatan

¹ Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 2007). Cet ke-1 h. 180

² William Staton, *Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 1996), Cet. Ke-1, h. 72

³ Suarman Ujang, *Perilaku Konsumen Teori Penerapan Dalam Pemasaran*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003). Cet ke-1 h. 56

pemasarannya. Kegiatan pemasaran yang dilakukan, diarahkan untuk dapat mencapai sasaran perusahaan yang dapat berupa tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam jangka panjang dan *share* pasar tertentu dalam suatu jangka waktu tertentu.⁴ Pengarahan kegiatan pemasaran tersebut hanya mungkin dapat dilakukan dengan penetapan garis-garis besar pedoman atau patokan umum perusahaan dalam bidang pemasaran, yang sering dikenal dengan kebijakan pemasaran. Kebijakan pemasaran tentunya sejalan dengan konsep pemasaran, yang menekankan pemberian pelayanan yang memuaskan kepada konsumen, melalui kegiatan dan strategi pemasaran yang terpadu dan memungkinkan diperolehnya keuntungan atau laba dalam jangka panjang.⁵

Persaingan yang semakin ketat dan tajam mengakibatkan perusahaan membutuhkan antisipasi yang tepat dan akurat sehingga perusahaan dapat memasarkan produknya di pasar, dan bahkan bila memungkinkan menjadi pemimpin pasar. Perusahaan harus menjalankan semua operasinya secara efektif dan efisien tidak terkecuali di bidang pemasaran. Strategi perusahaan, khususnya strategi kepemimpinan harga (*cost leadership*).

Strategi adalah kerangka acuan yang terintegrasi dan komprehensif yang mengarahkan pilihan-pilihan yang menentukan bentuk dan arah aktifitas-aktifitas organisasi menuju pencapaian tujuan-tujuannya⁶. Sedangkan menurut

⁴ Assauri Sofjan, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2007), Cet ke-1, h. 197

⁵ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Analisa Perencanaan Implementasi dan Kontrol*, (Jakarta: Prehalindo, 1997), jilid 1, Cet. Ke-1, h. 283

⁶ Henry Simamora, *Manajemen Sumber Daya Manusia*. (Yogyakarta: STIE YKPN 1997), Cet. Ke- 3, edisi ke-4, h. 9

Supriyono menyatakan bahwa strategi adalah suatu kesatuan rencana yang komprehensif dan terpadu yang menghubungkan antara kekuatan strategi perusahaan dengan lingkungan yang dihadapi kesemuanya menjamin agar tujuan perusahaan tercapai.⁷ Secara sederhana strategi diartikan suatu rencana yang diutamakan untuk mencapai tujuan⁸. Kekuatan keunggulan bersaing memiliki peranan dan pengaruh terhadap eksistensi perusahaan dalam memenangkan persaingan. Setiap unit usaha yang berskala kecil maupun besar harus mampu menampilkan keunggulan bersaing pada setiap produk jasa atau barang yang ditawarkan.

Dalam ekonomi Islam persaingan yang dilakukan harus tetap sesuai dengan aturan atau ketentuan hukum Islam seperti:

1. Larangan dalam memperdagangkan barang-barang haram

Norma pertama yang ditekankan adalah larangan mengedarkan barang-barang haram, baik dengan cara membeli, menjual, memindahkan atau cara apa saja yang memudahkan peredarannya. “Allah melaknat khamar (minuman keras), peminumnya, penyajinya, penjualnya penyulingnya, pembawanya, dan pemakan hartanya.

2. Benar, Amanat dan Jujur

- a. Benar adalah ruh keimanan, ciri utama orang mukmin bahkan ciri para nabi. Tanpa kebenaran, agama tidak akan tegak dan tidak akan setabil. Sebaliknya, bohong dan dusta adalah sifat orang munafik

⁷ Supriyono, *Manajemen Strategi dan Kebijakan Bisnis*, (Yogyakarta: BPFE, 1991), Cet. Ke-1, h. 8.

⁸ Swasta Bashu, *Strategi Pemasaran Dalam Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Umum, 2000), Ed. IV, h. 8.

sebagaimana hadist nabi yang artinya pedagang yang benar dan terpercaya bergabung dengan para nabi, orang-orang benar (Shaddiqin), dan para Syuhada.⁹

- b. Maksud amanat adalah mengembalikan hak apasaja kepada pemiliknya, tidak mengambil sesuatu melebihi haknya dan tidak mengurangi hak orang lain, baik berupa harta atau upah. Karena dengan adanya kepentingan hidup dan kebutuhan manusia bisa terjerumus. Allah berfirman QS. An Nisa 58

﴿إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ
النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا
بَصِيرًا﴾

Artinya: “Sesungguhnya Allah menyuruhmu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia hendaknya kamu menetapkannya dengan adil. Sungguh, Allah sebaik-baik yang memberi pengajaran kepadamu. Sungguh, Allah Maha Mendengar, Maha Melihat”.QS an Nisa 58¹⁰

- c. Selain benar dan memegang amanat, seorang pengusaha harus berlaku jujur, dilandasi keinginan agar orang lain mendapatkan kebaikan dan kebahagiaan sebagaimana ia menginginkannya dengan cara menjelaskan cacat barang dagangan yang dia ketahui yang tidak terlihat oleh pembeli.¹¹

⁹ Ahmad Sutarmadi, *Al Imam Al tirmidzi*, (Jakarta: PT. Logos Wacana Ilmu, 1998) Cet. Ke-1 h. 71

¹⁰ Departemen Agama RI. *Al Quran Dan Terjemahannya*, (Bandung: PT. Syaamil Cipta Media, 2002), Cet. Ke-3, h. 69

¹¹ Muhammad ismail, Yusanto, *Menggagas Bisnis Islam*, (Jakarta: Gema Insani, 2008), Cet. 7, h. 42

3. Bersikap adil dan mengharamkan bunga (riba)

Menurut Islam adil merupakan norma paling utama dalam seluruh aspek perekonomian. Hal ini dapat kita tangkap dalam pesan Al quran yang menjadikan adil sebagai tujuan agama samawi. Bahkan, adil adalah salah satu asma Allah. Keadilan perlu diterapkan misalnya terhadap para karyawan ada aturan yang jelas dalam pemberian upah, dengan prinsip keadilan itu, tidak membedakan manusia yang satu dengan yang lainnya¹². Kebalikannya adalah dzalim yaitu sifat yang dilarang Allah pada diriNya. Sebagaimana di larang dalam firmanNya pada hambaNya “wahai hambaku Aku melarang kezaliman kepada diriKu dan Aku haramkan juga antara kamu, maka janganlah kamu saling menzalimi”.¹³

4. Larangan terhadap rekayasa harga

Rasulullah Saw, menyatakan bahwa harga dipasar itu ditentukan oleh Allah. Ini berarti bahwa harga dipasar tidak boleh diintervensi oleh siapapun.

5. Larangan terhadap penimbunan (Ihtikhar)

Larangan terhadap penimbunan (ihtikahar) yaitu penimbunan dan monopoli barang dan jasa untuk tujuan permainan harga¹⁴.

¹² Alma, Buchari, *Dasar-dasar Etika Bisnis Islami*, (Bandung: Afabeta Bandung. 1993). Cet Ke-3, h. 8

¹³ Muhammad ismail, *Op.cit.*, h. 174

¹⁴ Malahayati, *Rahasia Sukses Bisnis Rasulullah*, (Yogyakarta: Jogja Great Publisher. 2001). Cet Ke-1, h. 64

CV. Hasby & Co salah satu dari sekian banyak perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam bidang pengadaan barang dan jasa yang sering memenangkan tender, terutama pada tender pengadaan barang dan jasa di PT. Perkebunan Nusantara V¹⁵. Pada dasarnya perusahaan yang bergerak dalam pengadaan barang dan jasa ini sangat dibutuhkan oleh PT.PN V, oleh karena itu CV. Hasby & Co ingin bersaing dengan cara meningkatkan strategi dalam memenangkan tender dengan cara mendirikan perusahaan-perusahaan pesaing yang legal dalam setiap tender. CV. Hasby & Co Memberikan penawaran tender dengan cara bersekongkol dengan perusahaan-perusahaan yang didirikannya. CV. Hasby & Co dalam membuat penawaran lebih rendah dari CV. Surya Mentari Abadi dan perusahaan yang lain penawarannya juga diatas penawaran CV. Hasby & Co.

Strategi diatas tidak dibenarkan oleh Undang-Undang NO. 5 Tahun 1999 yaitu terdapat pada pasal 22 yang berbunyi pelaku usaha dilarang bersekongkol dengan pihak lain untuk mengatur dan atau menentukan pemenang tender sehingga dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat. Dan juga pada ekonomi Islam dilarang dalam tender atau lelang apabila terdapat unsur *najsy*.

Dari latar belakang diatas penulis tertarik untuk meneliti tentang strategi CV. Hasby & Co dalam bersaing memenangkan tender dengan menuangkannya dalam sebuah skripsi yang berjudul “ *Strategi CV. Hasby &*

¹⁵ Zulkifli Nasution, Direktur CV. Hasby & Co, Wawancara, Pekanbaru, Tanggal 17 Oktober 2011

Co dalam memenangkan Tender Pengadaan Barang dan Jasa pada PT. Perkebunan Nusantara V ditinjau menurut Persepektif Ekonomi Islam.”

B. Batasan Masalah

Untuk menjaga fokus dan analisa dalam penelitian ini maka dibuat batasan masalah hanya pada Strategi CV. Hasby & Co dalam memenangkan tender serta tinjauan Ekonomi Islam terhadap strategi CV. Hasby & Co dalam memenangkan tender.

C. Perumusan Masalah

Adapun permasalahan yang penulis angkat dalam hal ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana strategi CV. Hasby & Co dalam memenangkan tender pengadaan barang dan jasa pada PT. Perkebunan Nusantara V?
- b. Bagaimna tinjauan ekonomi Islam terhadap strategi CV. Hasby & Co dalam memenangkan tender pengadaan barang dan jasa ?

D. Tujuan dan kegunaan penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dilaksanakan penelitian ini adalah:

- a. untuk mengetahui strategi CV. Hasby & Co dalam memenangkan tender pada PT. Perkebunan Nusantara V.
- b. Untuk mengetahui tinjauan ekonomi Islam mengenai strategi CV. Hasby & Co dalam memenangkan tender.

2. Kegunaan Penelitian

- a. Bagi penulis berguna untuk menambah wawasan pengetahuan tentang strategi memenangkan tender.
- b. Bagi perusahaan diharapkan berguna sebagai bahan masukan dalam menciptakan strategi yang lebih efisien mungkin
- c. Bagi pihak lain diharapkan berguna sebagai sumbangan pikiran dan perbandingan dalam melakukan penelitian yang sama pada tempat yang berbeda untuk masa yang akan datang.

E. Metode penelitian

1. Lokasi Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini penulis mengambil lokasi di CV. Hasby & Co JL. Karyawan No. 271 Sidumulyo Barat, Tampan Pekanbaru.

2. Subyek dan Obyek Penelitian

- a. Subyek penelitian ini adalah pimpinan dan seluruh karyawan CV. Hasby & Co.
- b. Obyek penelitian ini adalah strategi CV. Hasby & Co dalam memenangkan tender pada PT. Perkebunan Nusantara V.

3. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah pimpinan dan karyawan CV. Hasby & Co Cabang Pekanbaru yang berjumlah 12 orang. dan penulis mengambil sampelnya dari total semua populasi yaitu menggunakan metode *total sampling*.

4. Sumber Data

Data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah:

- a) Data Primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari lokasi penelitian.
- b) Data Sekunder, yaitu data yang diperoleh dari literature, dokumen-dokumen yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

5. Metode Pengumpulan Data

Dalam mengumpulkan data-data diperlukan beberapa metode, Yaitu:

a) Observasi

Yaitu metode pengumpulan data dengan pengamatan langsung dilapangan untuk mendapatkan gambaran secara nyata tentang kegiatan yang diteliti.

b) Wawancara

Yaitu metode pengumpulan data dengan melalui proses Tanya jawab langsung dengan pimpinan dan karyawan CV. Hasby & Co Pekanbaru.

c) Studi Dokumen

Yaitu pengumpulan data yang melalui dokumen atau arsip yang ada pada objek penelitian serta meliputi sejarah berdirinya perusahaan, struktur organisasi dan data lain yang disediakan perusahaan.

6. Analisa Data

Analisa data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode deskriptif kualitatif, yaitu analisa data yang bersifat penjelasan dari data-data dan informasi yang kemudian dikaitkan dengan teori dan konsep-konsep yang mendukung pembahasan, dimana penjelasan ini menggunakan metode kualitatif yang digambarkan dengan kata-kata atau kalimat untuk memperoleh kesimpulan.

7. Metode Penulisan

Setelah data-data terkumpul, selanjutnya penulis menyusun data tersebut dengan menggunakan metode sebagai berikut:

a. Metode Deduktif

Yaitu penulis mengemukakan kaedah-kaedah atau pendapat-pendapat yang bersifat umum kemudian diambil kesimpulan secara khusus.

b. Metode Induktif

Yaitu uraian yang diambil dengan mengemukakan kaedah-kaedah khusus dianalisa dan diambil kesimpulan secara umum.

F. Sistematika penulisan

Untuk dapat memberikan gambaran secara sistematis mengenai penyusunan karya ilmiah ini, penyusunan penulisan ini dibagi menjadi beberapa bab dan masing-masing bab saling berkaitan yang terdiri dari:

Bab I berisi pendahuluan, Pada bab ini yang menjelaskan latar belakang masalah, batasan masalah, perumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, metode analisa dan sistematika penulisan.

Bab II berisi gambaran umum perusahaan, dalam bab ini menjelaskan tentang sejarah singkat perusahaan, visi dan misi perusahaan, Struktur organisasi.

Bab III berisi landasan teori tentang pengertian strategi, pengertian tender, mekanisme tender, tender dalam Islam.

Bab IV berisi strategi CV. hasby & Co dalam memenangkan tender pengadaan barang dan jasa pada PT. Perkebunan Nusantara V ditinjau menurut Persepektif Ekonomi Islam. Dalam bab ini penulis menjelaskan tentang hasil penelitian dan pembahasan tentang strategi CV. Hasby & Co dalam memenangkan tender pada PT. Nusantara V dan tinjauan ekonomi Islam terhadap strategi CV. Hasby & Co dalam memenangkan tender pada PT. Perkebunan Nusantara V.

Bab V berisi kesimpulan dan saran, pada bab ini penulis memberikan kesimpulan dari hasil penelitian dan selanjutnya memberikan saran-saran yang ditujukan untuk perbaikan kondisi perusahaan yang akan datang.

BAB II

GAMBARAN UMUM CV. HASBY & CO PEKANBARU

A. Sejarah Berdirinya CV. Hasby & Co Pekanbaru

CV. Hasby & Co adalah salah satu rekan dari PT. Perkebunan Nusantara V bagian pengadaan. CV. Hasby & Co didirikan pada tanggal 11 Februari 2009 berdasarkan akta Notaris H. Riyanto, S.H, M.Kn, No. 1 Akta Pendirian ini telah disahkan oleh Menteri Kehakiman Republik Indonesia dalam Surat Keputusan No. C-318. HT. 03. 01 – Th 2009 tanggal 03 Februari 2009.

Saat CV. Hasby & Co berdiri, perusahaan tersebut hingga sekarang dipimpin oleh Ir. Zulkifli Nasution. CV. Hasby & Co bergerak di bidang perdagangan bahan kontruksi dengan barang atau jasa dagangan utama antara lain mesin-mesin, suku cadang dan perlengkapannya, mobil, alat listrik, dan sebagainya sesuai dengan yang tercantum di dalam surat izin usaha perdagangan menengah nomor 154/BPT 04.01/ II/2010.

Sejak pertama berdiri sampai sekarang CV. Hasby & Co beralamatkan di jl. Karyawan no. 271, Sidomulyo Barat, Tampan, Pekanbaru sesuai dengan izin tempat usaha nomor 470/G/BPT/WK-2009.

CV. Hasby & Co diambil dari nama anak dari Ir. Zulkifli Nasution, direktur CV. Hasby & Co tersebut yaitu Hasby yang didirikan pada saat Hasby masih berumur 8 tahun. CV. Hasby & Co merupakan rekan kerja dari PT. Perkebunan Nusantara V dibagian Pengadaan Barang dan Jasa. Rutinitas

Operasional CV. Hasby & Co Kebanyakan pengurusannya dilakukan di kantor pusat yaitu PT. Perkebunan Nusantara V yang beralamatkan di JL. Rambutan.

Ada beberapa faktor yang memotivasi berdirinya CV. Hasby & Co diantaranya:

1. Makin berkembangnya perkebunan kelapa sawit di Riau

Semakin berkembangnya dunia bisnis dan meningkatnya pendapatan masyarakat dengan memiliki perkebunan maka prospek memiliki perkebunan kelapa sawit sangat bagus.

2. Prospek perkembangan ekonomi di Riau yang menjanjikan

Perkembangan ekonomi di Riau sangat bagus dan menjanjikan dengan semakin meluasnya perkebunan kelapa sawit yang ada di Riau. pendapatan masyarakat pun semakin meningkat¹⁶.

B. Visi dan Misi CV. Hasby & Co

1. Visi CV. Hasby & Co

Visi CV. Hasby & Co adalah :

"Menjadi perusahaan yang bergerak di bidang kontraktor perkebunan di Riau."

2. Misi CV. Hasby & Co

Misi CV. Hasby & Co adalah :

¹⁶ Dokumentasi CV. Hasby & Co

"Menjadi Role Model perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang yang sama dengan penekanan pada semangat kewirausahaan dan keunggulan manajemen."

C. Fungsi dan Tujuan

CV. Hasby & Co mempunyai tugas yang sama dengan perusahaan kontraktor lainnya, yaitu memegang fungsi intermediasi. Fungsi intermediasi disini maksudnya CV. Hasby & Co merupakan perantara antara pihak-pihak yang membutuhkan barang dan jasa dan pihak yang memiliki barang dan jasa.

Sedangkan tujuan CV. Hasby & Co sama dengan tujuan perusahaan kontraktor lainnya yaitu menyediakan barang dan jasa dari perusahaan yang memilikinya kemudian menyalurkan kembali kepada perusahaan yang membutuhkannya.

D. Struktur Organisasi

Perusahaan atau suatu badan organisasi secara umum mempunyai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya dalam proses perencanaan dan merumuskan struktur organisasi yang sesuai dengan kondisi dan kebutuhan organisasi serta sesuai mencerminkan unsure kejelasan.

Dalam struktur organisasi yang satu dengan yang lainnya saling terkait. Struktur organisasi memiliki arti penting dalam suatu organisasi dalam menata proses dan mekanisme kerja sekaligus memungkinkan memilih

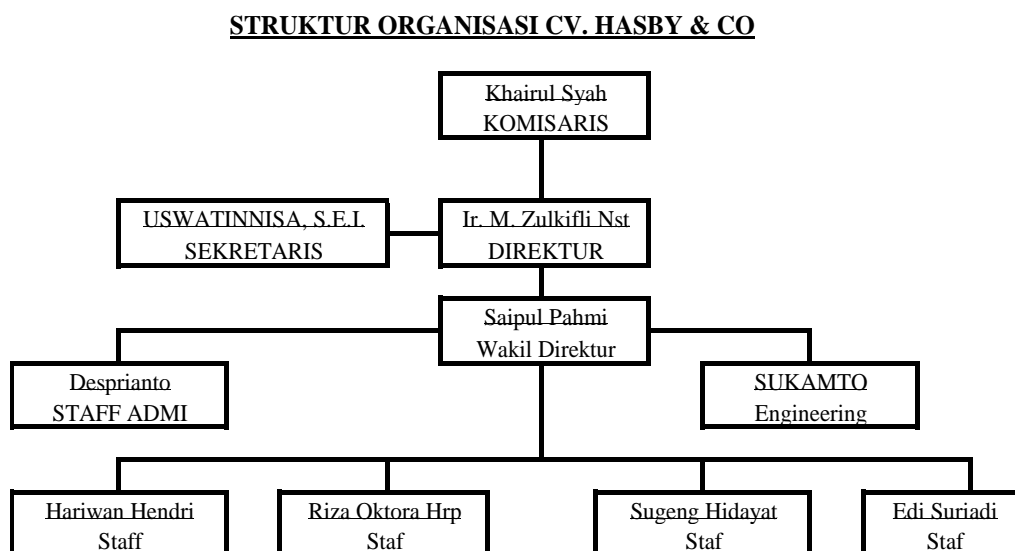
strategi kebijakan yang selaras dengan upaya mencapai tujuan organisasi secara sehat dan efektif.

Struktur organisasi juga mempermudah pemimpin untuk mengkoordinasi semua kegiatan organisasi. Disamping itu juga akan memperjelas jenjang dan saluran wewenang bagi setiap petugas untuk mengetahui siapa yang menjadi atasan dan siapa bawahannya.¹⁷

CV. Hasby & Co sebagai suatu organisasi, dalam suatu kegiatannya telah merumuskan aturan-aturan pembagian tugas, wewenang dan tanggungjawab personil maupun bagian-bagian kegiatan secara bersama mencapai tujuan yang telah direncanakan.

Untuk lebih jelasnya struktur organisasi yang terdapat pada CV. Hasby & Co dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar II.1



Sumber: CV. Hasby & Co Tahun 2011

¹⁷ Ibid.

Adapun tugas dan wewenang serta tanggungjawab pada struktur organisasi tersebut antara lain:

1. Komisaris

- a. mengawasi dan memberi nasihat kepada Direksi.
- b. menilai rencana kerja dapat diimplementasikan pada tahun berikutnya dan memberikan masukan agar perusahaan dapat berkembang lebih baik lagi.
- c. mengawasi implementasi rencana bisnis yang telah disetujui tersebut.
- d. Melaksanakan kegiatan teknis cabang yang berdasarkan pedoman kerja operasional.
- e. Berwenang untuk memutuskan atau member persetujuan pada setiap masalah yang muncul.
- f. Membuat perencanaan secara efektif dan efisien yang dituangkan dalam kerja untuk disampaikan ke kantor pusat.
- g. Menerima dan menetapkan karyawan sebagaimana yang ditentukan dalam struktur organisasi serta bertanggungjawab terhadap direksi.

2. Direktur

- a. Memimpin perusahaan dengan menerbitkan kebijakan-kebijakan perusahaan.
- b. Memilih, menetapkan, mengawasi tugas dari karyawan dan kepala bagian (manajer).
- c. Menyetujui anggaran tahunan perusahaan.

- d. Menyampaikan laporan kepada pemegang saham atas kinerja perusahaan.
- e. Mengelola dan mengoperasikan kekayaan/asset perusahaan sesuai dengan kebijakan yang telah digariskan oleh presiden komisaris.
- f. Merumuskan kebijakan operasional perusahaan berdasarkan kebijakan umum yang telah digariskan oleh presiden komisaris.
- g. Mengarahkan, membina dan mengendalikan seluruh sumberdaya manusia dan perangkat organisasi dalam upaya tercapainya pelayanan umum yang efisien.
- h. Melaksanakan koordinasi sebaik-baiknya dengan instalansi pemerintahan dan swasta terkait.

3. Wakil Direktur

- a. Membantu direktur dalam membina hubungan yang harmonis dengan instalansi pemerintah, aparat keamanan, lembaga/organisasi kemasyarakatan dan lingkungan.
- b. Mengatur dan memimpin terselenggaranya keamanan dan ketertiban didalam areal usaha.
- c. Membantu direktur dalam pembinaan disiplin pegawai.
- d. Memimpin mobilisasi pegawai dalam pelaksanaan kegiatan umum yang menyangkut kebersihan, kerapian areal dan perawatan/perbaikan instalansi usaha.
- e. Melaksanakan tugas-tugas lain sesuai dengan bidang tugasnya dan diatas perintah atasan.

4. Sekretaris

- a. Memberikan masukan dari aspek hukum kepada Direksi, berkaitan dengan operasionalisasi dan pengembangan usaha perusahaan.
- b. Mengkoordinasikan pengurusan izin-izin usaha perusahaan.
- c. Menyelenggarakan data base dan penyimpanan dokumen asli perusahaan.
- d. Membangun jaringan kerjasama yang saling menguntungkan dengan berbagai pihak stake holder.
- e. Mengupayakan kelancaran pelaksanaan agenda Direksi.
- f. Mengkomunikasikan kebijakan perusahaan dan atau pemerintah kepada pihak internal dan eksternal.
- g. Mengelola dan mengembangkan sistem informasi perusahaan.
- h. Memelihara dan mengembangkan sistem manajemen mutu perusahaan.
- i. Menyiapkan laporan perusahaan sesuai ketentuan yang berlaku.
- j. Mengkoordinasikan bahan-bahan laporan untuk Rapat Komisaris dan Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS).
- k. Merumuskan Sasaran Mutu Unit Kerja dan Prosedur Mutu Unit Kerja yang merupakan penjabaran dari Kebijakan Mutu, dan Sasaran Mutu Perusahaan yang telah ditetapkan.
- l. Melaksanakan kegiatan kesekretariatan perusahaan. Menyiapkan laporan kegiatan Sekretaris Perusahaan secara benar dan tepat waktu.

5. Administrasi

- a. Melaksanakan pencatatan/pembukuan secara lengkap atas segala transaksi yang mempengaruhi harta dan kewajiban perusahaan secara sistematis dan sesuai dengan manual akuntansi yang telah ditetapkan.
- b. Memeriksa kelengkapan dan sahnya pembuatan bukti penerimaan dan pengeluaran kas berikut lampirannya.

6. Engineering

- a. Melaksanakan desain konseptual.
- b. Melaksanakan desain awal.
- c. Melaksanakan desain rinci.
- d. Melaksanakan perhitungan.
- e. Melaksanakan pengujian.
- f. Melaksanakan eksplorasi.
- g. Melaksanakan observasi.
- h. Melaksanakan pengukuran.
- i. Melaksanakan modifikasi produk.
- j. Melaksanakan perawatan produk.
- k. Melaksanakan studi kelayakan sistem teknologi.
- l. Melaksanakan studi banding sistem teknologi.
- m. Menuliskan hasil pekerjaan diatas dalam sistem pelaporan yang telah ditentukan dan melaporkan hasilnya kepada LeaderMemeriksa transaksi dari bagian operasi teller, kas dan *account*.

7. Staff

- a. Melaksanakan tugas yang telah ditetapkan oleh atasannya masing-masing sesuai dengan devisinya.
- b. Melaporkan setiap kejadian yang dialami yang menyangkut tentang pekerjaan selama masa bekerja kepada atasannya masing-masing. ¹⁸

¹⁸ *Ibid.*

BAB III

TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengertian Strategi

Setiap perusahaan yang bersaing dalam suatu industri pasti mempunyai strategi bersaing. Dalam perubahan pola persaingan yang sangat ketat, strategi suatu perusahaan harus disesuaikan atau bahkan diubah untuk memperoleh peluang-peluang serta menghindari ancaman dari para pesaing.

Strategi adalah tindakan yang bersifat senantiasa meningkat (*Incremental*) dan terus menerus serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan dimasa depan.¹⁹

Strategi merupakan rencana berskala besar bagi manajemen organisasi yang berorientasi jangkauan masa depan yang jauh yang ditetapkan sedemikian rupa sehingga memungkinkan organisasi berinteraksi secara efektif dengan lingkungan dalam kondisi persaingan yang kesemuanya diarahkan pada optimalisasi pencapaian tujuan dan berbagai sasaran orang bersangkutan.²⁰

Strategi juga merupakan seleksi atas pasar sasaran, penentuan posisi bersaing dan pengembangan suatu marketing mix yang efektif untuk mencapai dan melayani konsumen-konsumen yang telah dipilih.²¹ Kepuasan konsumen berhubungan erat dengan keadaan produk jasa perusahaan yang

¹⁹ Umar, *Strategi Manajemen in Actgion*, (Yokyakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003). Cet ke-1 h. 31

²⁰ David J Hunger, *Manajemen Strategi*, (Yokyakarta: ANDI, 2001). Cet ke-1 h. 247

²¹ Murti Sumarni, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yokyakarta: Liberty, 2002), h. 167

ditawarkan dan pelayanan yang diberikan perusahaan. Keadaan produk terkait dengan kualitas produk tersebut, dalam hal ini kualitas merupakan jaminan terbaik kesetiaan konsumen. Kualitas yang lebih tinggi menghasilkan kepuasan konsumen yang lebih tinggi sekaligus mendukung harga lebih tinggi dan sering juga biaya yang lebih rendah.

Dari definisi diatas maka ada beberapa unsur yang penting dalam penyusunan strategi yaitu :

1. Strategi adalah satu kesatuan rencana perusahaan yang komprehensif dan terpadu yang diperlukan untuk pencapaian tujuan perusahaan,
2. Dalam penyusunan strategi perlu dihubungkan dengan lingkungan perusahaan dimana keadaan lingkungan sangat menentukan suatu kekuatan dan kelemahan perusahaan, agar dapat disusun kekuatan strategi perusahaan.

Dalam menanggulangi kekuatan persaingan, ada tiga jenis strategi yang dikemukakan oleh Michael Porter yang secara potensial akan berhasil untuk mengungguli perusahaan dalam industri yaitu :

1. Keunggulan biaya menyeluruh

Strategi keunggulan biaya menyeluruh lebih mempertimbangkan pesaing daripada pelanggan. Perusahaan lebih memfokuskan pada harga jual yang lebih murah pada pembeli, dengan jalan membuat rendahnya jalan produksi. Sumber-sumber itu mungkin mencakup pengejaran skala ekonomis, teknologi milik sendiri, akses yang lebih ke bahan mentah, dan faktor lainnya.

Seandainya sebuah perusahaan dapat mencapai dan mempertahankan keseluruhan keunggulan biaya, maka perusahaan tersebut akan menjadi perusahaan yang berkinerja diatas rata-rata dalam industrinya asalkan perusahaan dapat menguasai harga pada atau dekat rata-rata industri. Dengan harga sama atau lebih rendah dibanding pesaing-pesaingnya, posisi biaya yang rendah dari pemimpin biaya diwujudkan dalam keuntungan yang lebih tinggi. Jadi, kepemimpinan biaya merupakan strategi yang secara khusus bergantung pada siapa yang memimpin lebih dahulu, kecuali jika perubahan besar dalam teknologi memungkinkan sebuah perusahaan untuk mengubah secara radikal posisi biayanya.

2. Differensiasi

Dalam strategi differensiasi, perusahaan berusaha menjadi unik dalam industrinya dalam sejumlah dimensi tertentu yang secara umum dihargai pembeli. Perusahaan memilih satu atau beberapa atribut yang dipandang penting bagi pembeli dalam industri dan menetapkan dirinya secara unik untuk memenuhi kebutuhan ini.

Karena posisi yang unik itu, perusahaan merasa layak untuk menetapkan harga premium (*premium price*). Strategi ini menitik beratkan pada pembangunan persepsi pembeli, diantaranya kualitas, citra, dan inovasi.²²

Sebuah perusahaan baik yang menghasilkan barang maupun jasa, perlu mengidentifikasi produknya agar mencapai keuntungan kompetitif.

²² Philip Kotler, *Manajemen Perusahaan*, (Jakarta: PT. Indeks Gramedia, 2001). Edisi 2, jilid ke-2, h. 262

Differensiasi merupakan tindakan merancang satu set perbedaan yang berarti untuk membedakan penawaran perusahaan dan penawaran pesaing.

3. Fokus

Dalam fokus biaya perusahaan mengusahakan keunggulan biaya dalam segmen sasarannya, sementara dalam fokus differensiasi perusahaan mengusahakan differensiasi dalam segmen sasarannya. Strategi focus ini didasarkan pada perbedaan antara segmen target yang dipilih oleh perusahaan focus dengan segmen lain dalam industri tersebut.

Untuk menentukan strategi mana yang tepat bagi suatu perusahaan dalam memenangkan persaingan, maka perusahaan harus mengetahui secara pasti kedudukannya dalam suatu pasar. Dalam hal ini, strategi persaingan apapun yang sesuai untuk perusahaan akan tergantung dari posisinya. Apakah perusahaan merupakan pemimpin pasar, penentang pasar, pengikut pasar dan penggarap relung pasar.

Untuk membuat peta persaingan atau melakukan analisis pesaing diperlukan langkah-langkah yang tepat. Langkah-langkah ini perlu dilakukan agar analisis pesaing tepat sasaran.

1. Identifikasi Pesaing

Langkah pertama adalah identifikasi pesaing. Langkah ini perlu dilakukan agar kita mengetahui secara utuh kondisi pesaing kita. Dengan demikian memudahkan kita untuk menetapkan langkah selanjutnya. Identifikasi pesaing meliputi:

- Jenis produk yang ditawarkan

- Melihat besarnya pasar yang dikuasai (market share) pesaing
- Mengestimasi besarnya market share
- Identifikasi keunggulan.²³

2. Menentukan Sasaran Pesaing

Setelah kita mengetahui pesaing terdekat dan pesaing lainnya. Berikut market share yang telah dikuasai, maka kita perlu tahu apa sasaran dari pesaing dan siapa yang menjadi target mereka. Selanjutnya, sasaran mereka bisa saja memperbesar market share atau bisa juga meningkatkan mutu produk atau mungkin juga bertujuan untuk mematikan atau menghambat pesaing lainnya.²⁴

3. Identifikasi Strategi Pesaing

Setiap pesaing sudah pasti memiliki strategi tersendiri untuk mematikan lawannya. Semakin ketat persaingan, maka semakin canggih strategi yang dijalankan. Bukan tidak mungkin setiap strategi yang dijalankan memiliki kemiripan. Oleh karena itu, perusahaan harus pandai memulai dan kapan harus berhenti.

Berbagai strategi dapat dijalankan oleh pesaing. Secara umum strategi-strategi tersebut adalah :

- Strategi menyerang pesaing yang lemah lebih dulu

²³ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: kencana, 2005), cet. Ke-2, h. 232-233

²⁴ *Ibid.*

- Atau langsung menyerang lawan yang kuat, penyerangan secara grilya terhadap kelemahan yang dimiliki pesaing
- Strategi grilya ini dilakukan menunggu pesaing lengah
- Kemudian strategi juga dapat dilakukan dengan cara bertahan terhadap setiap serangan yang dilakukan pesaing atau dapat pula dilakukan dengan cara mengimbangi serangan yang dilakukan pesaing.²⁵

4. Strategi Menghadapi Pesaing

Strategi menghadapi pesaing sering disebut strategi menghadapi lawan dengan memasang strategi yang kompetitif. Strategi kompetitif dilakukan dengan melihat di posisi mana kita berada, sebelum kita melakukan penyerangan. Posisi ini juga akan menentukan model serangan yang akan dilakukan.

Dalam prakteknya strategi kompetitif dapat dilakukan untuk posisi-posisi sebagai berikut.

a. Strategi pemimpin pasar

merupakan pemimpin pasar dalam berbagai hal seperti menciptakan pokok baru, memberikan promosi meningkatkan kualitas produk yang ada, dan hal-hal lain yang sebelum dilakukan oleh pesaing. Kegiatan pemimpin pasar ini selalu diikuti oleh pesaing terutama pesaing terdekat.

b. Strategi penantang pasar

²⁵ *Ibid.*

merupakan penantang pasar, artinya merupakan penantang pemimpin pasar. Bukan tidak mungkin posisi pasar yang dipegang oleh pemimpin pasar akan segera diambil alih oleh penantang pasar. Dalam melakukan strateginya penantang pasar juga sering mendahului pemimpin pasar, misalnya dalam hal peluncuran produk baru, penurunan harga, atau pemberian promosi besar-besaran. Tujuan utama yang dijalankan oleh penantang pasar adalah meningkatkan *market share*.

c. Strategi pengikut pasar (*market follower*)

merupakan pesaing yang hanya mengikuti kegiatan pemimpin dan penantang pasar. Artinya, setiap gerakan yang dilakukan pemimpin dan penantang pasar selalu diikuti pengikut pasar. Seandainya mau melakukan penyerangan, maka paling-paling yang di serang adalah relung pasar.

d. Strategi relung pasar

merupakan pemain yang bermain adalah lingkungan yang tersendiri tanpa di pengaruhi oleh pesaing lainnya. Posisi ini memiliki celah tersendiri dalam pasar. Terkadang posisi ini tidak pernah dipedulikan oleh pemimpin pasar atau penantang pasar. Tujuan utama yang dijalankan oleh relung pasar dapat hidup terus dengan pertumbuhan sedang.²⁶

²⁶ *Ibid.*

B. Pengertian Tender

Tender menurut kamus besar bahasa Indonesia adalah penawaran sedangkan menurut kamus hukum/ istilah hukum adalah memborong pekerjaan/menyuruh pihak lain untuk mengerjakan atau memborong pekerjaan seluruhnya atau sebagian pekerjaan sesuai dengan perjanjian atau kontrak yang dibuat oleh kedua belah pihak sebelum pekerjaan pemborongan itu dilakukan.²⁷ Dalam Undang-undang No. 5 tahun 1999 mengenai pengertian tender adalah tawaran mengajukan harga untuk memborong suatu pekerjaan, untuk mengadakan barang-barang atau menyediakan jasa.²⁸ Praktek di lapangan tender sama dengan lelang. Oleh karena itu, Tender (Pelelangan) adalah merupakan suatu proses pengajuan penawaran yang dilakukan oleh kontraktor yang akan dilaksanakan dilapangan sesuai dengan dokumen Tender.

Kita tahu dalam menjalankan proyek banyak perusahaan yang melakukan tender dengan perusahaan-perusahaan yang lain. Namun apakah arti tender itu tersendiri? Tender adalah suatu proses penyeleksian yang melibatkan beberapa perusahaan yang mana pemenang akan melakukan kerjasama dengan perusahaan.

²⁷ <http://kontruksibangunan-kb1.blogspot.com/2011/12/pengertian-tender-pelelangan.html>, diakses tanggal 02 Oktober 2012, jam 20.26 wib

²⁸ KPPU, *Pedoman pasal 22 tentang Larangan Persekongkolan dalam Tender Berdasarkan UU Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat* (Jakarta: Cet. Ke-IV, 2007) h. 4

Setelah memperhatikan pengertian tender diatas, maka pengertian tender mencakup tawaran mengajukan harga untuk :

- a. Memborong atau melaksanakan suatu pekerjaan
- b. Mengadakan barang atau jasa
- c. Membeli barang atau jasa
- d. Menjual barang atau jasa

Dalam hal melaksanakan pekerjaan yang akan dilelangkan disyaratkan bagi para penyedia barang dan jasa harus memenuhi ketentuan-tententuan yang berlaku, dengan persyaratan sebagai berikut :

1. Memenuhi ketentuan peraturan perundang-undangan untuk menjalankan usaha/kegiatan sebagai penyedia barang/jasa;
2. Memiliki keahlian, pengalaman, kemampuan teknis dan manajerial untuk menyediakan barang/jasa;
3. Tidak dalam pengawasan pengadilan, tidak pailit, kegiatan usahanya tidak sedang dihentikan, dan/atau direksi yang bertindak untuk dan atas nama perusahaan tidak sedang dalam menjalani sanksi pidana;
4. Secara hukum mempunyai kapasitas menandatangani kontrak;
5. Sebagai wajib pajak sudah memenuhi kewajiban perpajakan tahun terakhir, dibuktikan dengan melampirkan fotokopi bukti tanda terima penyampaian Surat Pajak Tahunan (SPT) Pajak Penghasilan (PPh) tahun terakhir, dan fotokopi Surat Setoran Pajak (SSP) PPh Pasal 29;
6. Dalam kurun waktu 4 (empat) tahun terakhir pernah memperoleh pekerjaan menyediakan barang/jasa baik di lingkungan pemerintah

maupun swasta termasuk pengalaman subkontrak, kecuali penyedia barang/jasa yang baru berdiri kurang dari 3 (tiga) tahun;

7. Memiliki sumber daya manusia, modal, peralatan, dan fasilitas lain yang diperlukan dalam pengadaan barang/jasa;
8. Tidak masuk dalam daftar hitam;
9. Memiliki alamat tetap dan jelas serta dapat dijangkau dengan pos;
10. Khusus untuk penyedia barang/jasa orang perseorangan persyaratannya sama dengan di atas kecuali point 6.²⁹

Dalam undang-undang No. 5 tahun 1999 tentang larangan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat terdapat pasal yang melarang persekongkolan dalam tender yaitu pada pasal 22 yaitu: pelaku usaha dilarang bersekongkol dengan pihak lain untuk mengatur atau menentukan pemenang tender sehingga dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat. Larangan persekongkolan tender dilakukan karena dapat menimbulkan persaingan usaha tidak sehat dan bertentangan dengan tujuan dilakukan tender tersebut, yaitu untuk memberikan kesempatan yang sama kepada pelaku usaha agar dapat menawarkan harga dan kualitas bersaing. Dengan adanya larangan ini diharapkan pelaksanaan tender akan menjadi efisien, artinya mendapat harga termurah dengan kualitas terbaik.³⁰ Selain itu persekongkolan tender termasuk salah satu perbuatan yang dapat mengakibatkan kerugian Negara.

²⁹ http://eprints.undip.ac.id/18207/1/Mochammad_Djunaidi.pdf, diakses tanggal 10 Oktober 2012, jam 10.40 wib

³⁰ KPPU, *ibid*,

Persekongkolan tender merupakan suatu kegiatan yang dilakukan para pelaku usaha dengan cara melakukan kesepakatan-kesepakatan yang bertujuan memenangkan tender.

Tujuan utama pelaksanaan penawaran tender adalah memberikan kesempatan yang seimbang bagi semua penawar sehingga menghasilkan harga yang paling murah dengan output yang maksimal. Oleh karenanya, persekongkolan dalam penawaran tender dianggap menghalangi terciptanya persaingan yang sehat dikalangan para penawar yang beritikad baik untuk melakukan usaha dibidang bersangkutan. Agar tercipta persaingan usaha yang sehat pelaksanaan tender atau pengadaan barang/jasa harus menerapkan prinsip-prinsip dasar sebagai berikut:

- a. Efisien
- b. Efektif
- c. Terbuka dan bersaing
- d. Transparan
- e. Adil/tidak diskriminatif
- f. Akuntabel

Berdasarkan pengertian tentang tender tersebut, krisanto membagi unsur dalam persekongkolan tender sebagai berikut:

- a. Adanya dua atau lebih pelaku usaha
- b. adanya kerja sama untuk melakukan persekongkolan dalam tender.
- c. Adanya tujuan untuk menguasai pasar

- d. Adanya usaha untuk mengatur dan menentukan pemenang tender
- e. Mengakibatkan persaingan usaha tidak sehat³¹

C. Mekanisme Tender

Panitia pengadaan adalah panitia lelang atau panitia pemilihan langsung atau panitia penunjukan langsung yang ditugasi untuk melaksanakan pengadaan barang/jasa oleh kepala kantor/ satuan kerja/ pemimpin proyek/ bagian proyek yang disamakan.

Adapun prosedur pelaksanaan tender ini sebagai berikut :

1. Pembentukan Panitia Tender
2. Pengumuman Tender
3. Undangan Tender
4. Aanwijzing
5. Pemasukan Penawaran
6. Penutupan Kontrak tender
7. Pembukaan sampul Penawaran
8. Evaluasi Penawaran
9. Pembukaan berita acara tender
10. Penetapan calon pemenang tender
11. Usulan Penetapan calon pemenang
12. Pengumuman calon pemenang
13. sanggahan peserta

³¹ Yakum Adi Krisanto, "Analisis pasal 22 UU Nomor 5 Tahun 1999 dan Karakteristik Putusan KPPU tentang Persekongkolan Tender", *Jurnal Hukum Bisnis*, vol.24 Nomor II, 2005, h. 44

14. Tender yang gagal dan tender yang ulang

Sebagai suatu institusi pasar, penjualan secara lelang mempunyai kelebihan/keunggulan karena penjualan secara lelang bersifat Built In Control, Obyektif, Kompetitif, dan Otentik.

- a. Obyektif, karena lelang dilaksanakan secara terbuka dan tidak ada prioritas di antara pembeli lelang atau pemohon lelang. Artinya, kepada mereka diberikan hak dan kewajiban yang sama.
- b. Kompetitif, karena lelang pada dasarnya menciptakan suatu mekanisme penawaran dengan persaingan yang bebas di antara para penawar tanpa ada tekanan dari orang lain sehingga akan tercapai suatu harga yang wajar dan memadai sesuai dengan yang dikehendaki pihak penjual.
- c. Build in control, karena lelang harus diumumkan terlebih dahulu dan dilaksanakan di depan umum. Berarti, pelaksanaan lelang dilakukan di bawah pengawasan umum, bahkan semenjak lelang diumumkan apabila ada pihak yang keberatan sudah dapat mengajukan verzet. Hal ini dilakukan supaya dapat menghindari terjadinya penyimpangan-penyimpangan.
- d. Otentik, karena pelaksanaan lelang akan menghasilkan Risalah Lelang yang merupakan akta otentik yang dapat digunakan oleh pihak penjual sebagai bukti telah dilaksanakannya penjualan sesuai prosedur lelang, sedangkan bagi pembeli sebagai bukti pembelian yang digunakan untuk balik nama.

Dengan sifat yang unggul tersebut maka lelang akan menjamin kepastian hukum, dilaksanakan dengan cepat, mewujudkan harga yang optimal sekaligus wajar, dan efisien. Lelang sendiri memiliki dua fungsi, yaitu:

1. Fungsi privat, terletak pada hakekat lelang dilihat dari tujuan perdagangan. Di dunia perdagangan, lelang merupakan sarana untuk mengadakan perjanjian jual beli. Berdasarkan fungsi privat ini timbul pelayanan lelang yang dikenal dengan lelang sukarela.
2. Fungsi publik, ini tercermin dari tiga hal:
 - a. mengamankan aset yang dimiliki atau dikuasai negara untuk meningkatkan efisiensi dan tertib administrasi pengelolaan aset negara;
 - b. mengumpulkan penerimaan negara dalam bentuk bea lelang;
 - c. pelayanan penjualan barang yang mencerminkan wujud keadilan sebagai bagian dari sistem hukum acara di samping eksekusi PUPN, Pajak, dan Perum Pegadaian.

Pelayanan lelang merupakan penjualan dalam rangka mengamankan aset negara seperti lelang barang-barang inventaris milik Pemerintah Pusat, Pemerintah Daerah, Badan Usaha Milik Negara (BUMN) atau Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) Non Persero maupun yang bersifat eksekusi baik di bidang pidana, perdata maupun perpajakan. Di bidang pidana misalnya ada lelang barang rampasan kejahatan, sitaan kepolisian dan lelang sitaan KPK sedangkan di bidang perdata seperti lelang eksekusi Pengadilan Negeri,

lelang berdasar Pasal 6 Undang-Undang Hak Tanggungan (UUHT) dan lelang sitaan Panitia Urusan Piutang Negara, di bidang perpajakan adalah lelang sitaan pajak.

D. Tender dalam Islam

Lelang adalah sebuah transaksi legal dan syah dalam hukum Islam. Lelang dikenal juga dengan istilah Muzayadah. Muzayadah sendiri berasal dari kata ziyadah yang artinya bertambah. *Muzayadah* berarti saling menambahi. Maksudnya, orang-orang saling menambahi harga tawar atas suatu barang. Maka Bay Al Muzayadah adalah jual beli umum melalui pelelangan dimana persetujuan di beli untuk yang menawar harga paling tinggi.³² Sebagaimana kita tahu, dalam prakteknya dalam sebuah penjualan lelang, penjual menawarkan barang kepada beberapa calon pembeli. Kemudian para calon pembeli itu saling mengajukan harga yang mereka inginkan. Sehingga terjadilah semacam saling tawar dengan suatu harga.

Dalam lelang tidak boleh ada unsur *najsy*, yaitu adanya pihak yang menaikkan harga barang padahal dia bukan pembeli (tidak bermaksud membelinya). Al-Lajnah Ad-Da‘imah menjelaskan: “Seseorang yang menambahi harga barang yang dilelang padahal dia tidak bermaksud membelinya, tindakan tersebut adalah haram karena mengandung penipuan terhadap para pembeli. Sebab pembeli akan mengira/meyakini bahwa orang tersebut tidak akan berani menambah harga melainkan karena memang

³² Muhammad Sholahuddin, *Kamus Istilah Ekonomi, Keuangan, dan Bisnis syariah*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2011), h. 18

barang itu seharga tersebut, padahal tidak demikian. Inilah yang dinamakan *najsy* yang dilarang Rasulullah *Shallallahu ‘alaihi wa sallam* dengan larangan haram. Sebagaimana disebutkan dalam hadits Ibnu ‘Umar *radhiyallahu ‘anhuma*:

أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ نَهَى عَ

“Bahwasanya Rasulullah *Shallallahu ‘alaihi wa sallam* melarang *najsy*.” (Muttafaun ‘alaih)

Juga dalam hadits Abu Hurairah *radhiyallahu ‘anh*, Rasulullah *Shallallahu ‘alaihi wa sallam* bersabda:

لَا تَلْقُوا الرُّكْبَانَ وَلَا يَبِيعُ بَعْضُكُمْ عَلَى بَيْعِ بَعْضٍ وَلَا تَنَاجَشُوا وَلَا يَبِيعُ حَاضِرٌ لِبَادٍ

“Janganlah kalian mencegah kafilah dagang (sebelum masuk pasar). Jangan pula sebagian kalian membeli apa yang sedang dibeli orang lain. Jangan pula kalian saling *najsy*. Dan orang kota tidak boleh menjualkan barang orang dusun.” (Muttafaun ‘alaih)³³

Bila terjadi *najsy* dan ada unsur penipuan dalam akad yang tidak seperti biasanya, maka sang pembeli diberi pilihan: membatalkan akad atau meneruskannya, sebab kasus di atas masuk dalam *khiyar ghubn*.”

Dalam lelang, tidak diperbolehkan bagi pembeli untuk bersepakat tidak menambah harga dan menghentikannya pada nominal tertentu padahal mereka membutuhkannya, dengan tujuan agar penjual melepas barangnya dengan harga di bawah standar. Demikian uraian Syaikhul Islam dalam *Al-Ikhtiyarat*, lihat *Majmu’ Fatawa* (29/304). Al-Lajnah Ad-Da`imah (13/114)

³³ Ahmad Mudjad Mahali, *Hadis-Hadis Muttafak’alaih*, (Jakarta: Kencana, 2004), h. 91

juga melarang tindakan di atas dan menggolongkannya ke dalam akhlak yang tercela. Bagi pembeli yang merasa ditipu, dia boleh memilih antara membatalkan akad atau meneruskannya. Dalam lelang, biasanya para pembeli melakukan sistem muqana'ah, yaitu bersepakat menjadi kongsi dalam lelang. Setelah lelang selesai, mereka melakukan transaksi lagi di antara mereka sendiri. Sistem ini juga tidak diperbolehkan. Demikian fatwa Al-Lajnah Ad-Da'imah (13/115), karena di dalamnya terkandung unsur kedzaliman terhadap penjual untuk kemaslahatan mereka sendiri.

Namun untuk mencegah adanya penyimpangan syariah dan pelanggaran hak, norma dan etika dalam praktik lelang maupun tender, syariat Islam memberikan panduan dan kriteria umum sebagai guide line yaitu di antaranya:

1. Transaksi dilakukan oleh pihak yang cakap hukum atas dasar saling sukarela ('an taradhin),
2. Objek lelang dan tender harus halal dan bermanfaat
3. Kepemilikan penuh pada barang atau jasa yang dijual
4. Kejelasan dan transparansi barang/jasa yang dilelang atau ditenderkan tanpa adanya manipulasi seperti window dressing atau lainnya
5. Kesanggupan penyerahan barang dari penjual,
6. Kejelasan dan kepastian harga yang disepakati tanpa berpotensi menimbulkan perselisihan.

7. Tidak menggunakan cara yang menjurus kepada kolusi dan suap untuk memenangkan tender dan tawaran.

Untuk tidak terjadi hal-hal yang melanggar dalam jual beli maka para fuqaha berbeda pendapat tentang batasan rukun dan hal lain pada akad; apakah ia terbatas pada sighat (kalimat transaksi, ijab dan qabul) atau kumpulan dari sighat dan ‘âqidayn (pembeli dan penjual) serta ma’qûd alayh atau mahal al-’aqd (barang yang dijual dan harganya). Para ulama (yakni para ulama Malikiyah, Syafiiyah dan Hanabilah) sepakat bahwa ini semua adalah rukun dari jual-beli.⁴ Walhasil, rukun jual-beli yang disepakati oleh para ulama ada 5 perkara, yaitu:

1. Penjual. Hendaknya ia pemilik sah dari barang yang dijualnya atau orang yang mendapat izin menjual dan berakal sehat, bukan orang yang terkena larangan mengelola harta.
2. Pembeli. Hendaknya ia termasuk orang yang diperbolehkan menggunakan hartanya, bukan orang boros, dan bukan pula anak kecil yang tidak mendapat izin mengelola harta. (Lihat: QS an-Nisa’ [5]: 5).
3. Barang yang dijual dan harganya. Hendaknya barang yang dijualbelikan termasuk barang yang diperbolehkan, suci, dapat diserahterimakan kepada pembelinya dan kondisinya diberitahukan kepada pembelinya, meski hanya gambarannya saja. Sebagian ulama menambahkan, barang yang dijual harus ada ketika terjadi transaksi (akad).⁵

4. Kalimat yang menunjukkan transaksi jual-beli, yakni kalimat ijab dan qabul. Contoh: pembeli berkata, “Juallah barang itu kepadaku.” Penjualnya berkata, “Aku menjual barang ini kepadamu.”⁶ Bisa juga dengan sikap mengisyaratkan kalimat transaksi. Misalnya, pembeli berkata, “Juallah pakaian ini kepadaku.” Kemudian penjual memberikan pakaian tersebut kepadanya. Termasuk dalam bentuk ungkapan ijab/qabul adalah dengan menggunakan tulisan. Adapun jual-beli dengan tindakan tanpa ada ungkapan-seperti seseorang membeli barang kemudian menyerahkan harganya; seperti jual-beli roti, koran, perangko, dan sebagainya-maka faktanya ada dua:

- a. Jika harga barang tersebut di pasaran telah diketahui tidak ada tawar-menawar maka tindakan tersebut menunjukkan ijab-qabul dan masuk dalam kategori jual-beli yang oleh fuqaha dinamakan bay’ al- mu’âthah;⁷
- b. Jika harga barang tersebut memerlukan tawar-menawar kedua belah pihak maka bentuk jual-beli di atas tidak sah. Dengan demikian, setiap ijab-qabul adalah setiap ungkapan, isyarat, ataupun tindakan yang menunjukkan secara qath’i (tegas) adanya ijab-qabul tanpa mengandung unsur perselisihan.⁸

5. Ada keridhaan di antara kedua belah pihak. Ini berdasarkan sabda Rasul saw.: Jual-beli itu dianggap sah karena adanya keridhaan.

Untuk lebih jelasnya maka dibawah ini akan d uraikan tentang persyaratan Jual-beli yang sah dan jual beli yang tidak sah.

a. Persyaratan transaksi yang dianggap sah

Jika persyaratan yang ditentukan dalam rukun jual-beli telah terpenuhi maka jual beli tersebut dianggap sah. Sah pula hukumnya mensyaratkan adanya manfaat tertentu dalam jual-beli. Contoh: penjual binatang ternak disyaratkan untuk mengantarkan binatang ternaknya ke tempat tertentu, atau tinggal di rumah yang dibeli selama sebulan; pembeli mensyaratkan bahwa kain yang akan dibelinya telah dijahit; atau pembeli kayu bakar mensyaratkan bahwa kayu yang dia beli sudah dibelah.⁹ Sebab, terdapat riwayat bahwa Jabir ra. pernah menjual seekor unta kepada Rasul saw., lalu ia mensyaratkan agar ia boleh menaiki unta yang telah dijualnya tersebut hingga di tempat tujuan.

b. Persyaratan transaksi yang dianggap tidak sah sebagai berikut:

1. Mengumpulkan 2 akad dalam satu transaksi jual-beli. Contoh: pembeli mengatakan, “Saya jual budak ini kepada Anda seharga 1000 dinar, dengan syarat, Anda harus menjual rumah Anda kepada saya seharga sekian.” Artinya, “Jika Anda menetapkan milik Anda menjadi milik saya, saya pun akan menetapkan milik saya menjadi milik Anda.”¹¹ Ini berdasarkan riwayat Ibn Abbas ra. yang menyatakan: Nabi saw. telah melarang dua pembelian dalam satu pembelian.

2. Mensyaratkan sesuatu yang merusak asal hukum jual-beli. Contoh: seorang penjual binatang ternak mensyaratkan kepada pembelinya untuk tidak menjual kembali ternaknya atau tidak menjualnya kepada si fulan A, atau tidak menghadiahkan kepada si fulan B; atau penjualnya mensyaratkan kepada pembeli supaya dipinjam atau dijual kepadanya suatu barang. Ini berdasarkan sabda Nabi saw.: Tidak halal menyatukan pinjaman dengan penjualan, menyatukan dua syarat dalam satu akad jual-beli, dan menjual barang yang bukan milikmu.
3. Persyaratan batil yang akadnya dianggap sah, namun syarat tersebut dianggap batal. Contoh: penjual mensyaratkan agar tidak dirugikan saat menjual kepada pembeli atau penjual mensyaratkan kepemilikan budak yang dijualnya kepadanya. Persyaratan dalam kedua contoh di atas dikategorikan batal, sedangkan jual-belinya dianggap sah. Ini berdasarkan sabda Rasul saw.: Siapa saja yang mensyaratkan suatu syarat yang tidak terdapat dalam Kitab Allah (al-Quran) maka persyaratannya batil, meskipun seratus syarat.

Rasul saw. telah melarang beberapa macam transaksi/jual beli, yakni yang di dalamnya terdapat unsur penipuan, yang menjadikan pelakunya memakan harta orang lain dengan cara yang batil; juga yang melahirkan kedengkian, perselisihan, dan permusuhan di antara umat Islam secara khusus dan umat manusia secara umum. Di antaranya adalah:

1. Jual-beli barang yang belum diterima. Tidak boleh seorang Muslim membeli barang, kemudian menjualnya, sebelum ia menerimanya dari penjual.¹⁴ Ini berdasarkan Hadis Rasul saw.: Jika kamu membeli sesuatu, janganlah kamu menjualnya sebelum kamu menerimanya terlebih dulu.
2. Jual-beli barang yang sudah dibeli oleh seorang Muslim. Tidak boleh seorang Muslim membeli suatu barang yang telah dibeli oleh saudaranya sesama Muslim. Contoh: seseorang membeli suatu barang dengan harga 5 ribu rupiah, lalu seorang Muslim berkata kepada penjualnya, “Kembalikan uang itu kepada pemiliknya, pasti akan saya beli barang itu dari Anda seharga 6 ribu rupiah.” Ini berdasarkan Hadis Rasul saw.: Janganlah sebagian di antara kalian membeli barang yang telah dibeli oleh sebagian orang Islam lainnya. (HR al-Bukhari dan Muslim). Hadis ini berisi larangan yang tegas bahwa seseorang tidak boleh membeli barang yang sudah dibeli saudaranya.¹⁵
3. Jual beli dengan sistem najasy. Tidak boleh seorang Muslim menawar suatu barang tanpa bermaksud untuk membelinya, tetapi dimaksudkan supaya para pembeli tertarik untuk ikut membeli dan menawar dengan harga yang lebih tinggi; baik itu merupakan hasil persengkongkolan dengan sahabatnya atau tidak. Ini berdasarkan riwayat dari Ibn Umar ra.: Rasul saw. telah melarang jual-beli dengan sistem najasy. (HR al-Bukhari).

4. Jual-beli barang haram dan barang najis. Tidak boleh seorang Muslim menjual barang haram dan barang najis serta barang yang membawa pada sesuatu yang diharamkan. Contoh: tidak boleh memperjualbelikan minuman keras, daging babi, bangkai, narkoba, atau anggur kepada seseorang untuk dijadikan minuman keras; atau memperjualbelikan patung dan barang yang haram dibuat seperti gambar bernyawa yang dilukis oleh tangan (seperti manusia dan hewan). Ini berdasarkan Hadis Rasul saw.: Sesungguhnya Allah Swt. dan Rasul-Nya telah mengharamkan menjual minuman keras, bangkai, daging babi, dan patung berhala.
5. Jual-beli yang di dalamnya terdapat unsur penipuan. Contoh: menjual ikan yang masih berada di kolam, bulu domba yang masih melekat di punggung domba, menjual janin binatang yang masih ada dalam perut induknya, menjual air susu yang masih berada dalam ambingnya; menjual buah-buahan yang belum matang; menjual barang yang tidak boleh dilihat atau diperiksa; menjual barang tanpa menjelaskan sifat, jenis, dan beratnya jika barangnya tidak ada pada si penjual.¹⁷ Ini berdasarkan sabda Rasul saw.: Janganlah kalian membeli ikan yang masih ada dalam air karena hal itu mengandung unsur penipuan.
6. Jual-beli dua barang dalam satu transaksi. Tidak boleh seorang Muslim melakukan jual-beli dua barang dalam satu transaksi. Sebab, di dalamnya mengandung unsur kesamaran yang dapat menyakiti atau merugikan orang lain dan memakan hartanya dengan cara yang tidak

benar. Contoh: seseorang berkata, “Aku menjual rumah ini kepada Anda dengan harga sekian, dengan syarat, Anda harus menjualnya kembali kepada saya dengan harga sekian.” Ini berdasarkan riwayat bahwa Rasul saw. telah melarang menjual dua barang dalam satu akad.

7. Jual-beli barang yang tidak dimiliki atau belum sempurna kepemilikannya; termasuk dalam hal ini adalah barang yang tidak bisa diserahkan. Adapun barang yang tidak disyaratkan sempurna kepemilikannya adalah barang yang tidak ditimbang, ditakar, dan dihitung seperti rumah, dll. Contoh: seorang pedagang kecil menawarkan barang yang tidak dia miliki kepada pembeli.
8. Jual-beli dengan sistem ‘Aynah. Tidak boleh seorang Muslim menjual suatu barang hingga batas waktu tertentu, kemudian ia membeli lagi barang tersebut dari sang pembeli dengan harga yang lebih murah ketika dibeli secara kredit.³⁴

³⁴<http://lazuardiirawan.wordpress.com/2012/01/30/telaah-kitab-jual-beli-dalam-islam-yang-boleh-dan-yang-terlarang/>, diakses tanggal 01 Oktober 2012, jam 19.47 wib

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Strategi CV. Hasby & Co dalam Memenangkan Tender Pengadaan Barang dan Jasa

Tender diselenggarakan untuk mencari siapa yang paling layak memegang amanah belanja barang. Panitia Pengadaan memilih peserta tender yang selanjutnya disebut pemborong atau kontraktor atau konsultan yang dinilai layak memegang uang tersebut.

Dalam upaya peserta tender untuk memenangi penawaran tender, disinilah biasanya persaingan akan terjadi. Perusahaan peserta tender akan mencari strategi untuk memenangi tender tersebut. Dalam hal ini PT. Perkebunan Nusantara V selaku panitia tender dan CV. Hasby & Co selaku peserta Tender. Untuk memenangkan tender dibidang pengadaan barang dan jasa pada PT. Perkebunan Nusantara V ini, CV. Hasby menerapkan beberapa strategi, yaitu:

1. Mendirikan perusahaan-perusahaan pesaing yang legal dalam tender tersebut.
2. Mengajukan penawaran dengan harga yang pantas untuk barang dan jasa yang diminta secara berkualitas.
3. Teliti dalam mengisi dokumen penawaran.
4. Memberikan barang dan jasa sesuai dengan yang ditawarkan.

5. Mencari pemasok, pabrik pemasok barang sesuai kebutuhan yang dapat dipercaya dan berpengalaman.³⁴

1. Mendirikan Perusahaan-Perusahaan Pesaing yang Legal

Salah satu strategi CV. Hasby & Co dalam memenangkan tender pengadaan barang dan jasa dari PT. Perkebunan Nusantara V yaitu mendirikan beberapa perusahaan-perusahaan yang legal untuk dijadikan saingan dalam tender tersebut. Perusahaan yang legal adalah perusahaan yang memiliki Tanda Daftar Perusahaan (TDP), Surat Izin Tempat Usaha (SITU), Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) dan NPWP.³⁵ Perusahaan-perusahaan tersebut antara lain:

a. CV. Putra Andalas

CV. Putra Andalas merupakan salah satu perusahaan pesaing CV. Hasby & Co dalam tender pengadaan barang dan jasa pada PT. Perkebunan Nusantara V. CV. Putra Andalas berdiri pada tahun 2006 yang beralamatkan di Jl. Taman Karya No. 100, Tampan, Pekanbaru yang dipimpin oleh Deki Saputra dengan Tanda Daftar Perusahaan (TDP) No. 040135208823, Surat Izin Tempat Usaha (SITU) No. 3527/G/KPT/WK-2006, Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) Kecil No. 1595/Dinas 04.01/USDAG/XII/2006, dan NPWP No. 02.560.329.7-216.000.

³⁴ Zulkifli Nasution, Director CV. Hasby & Co, *wawancara*, Pekanbaru. Tanggal, 05 Januari 2012

³⁵ Saipul Pahmi, Wakil Direktur CV. Hasby & Co, *wawancara*, Pekanbaru. Tanggal 05 Januari 2012

b. CV. Nusa Indah

CV. Nusa Indah merupakan salah satu perusahaan pesaing CV. Hasby & Co dalam tender pengadaan barang dan jasa pada PT. Perkebunan Nusantara V. CV. Nusa Indah berdiri pada tahun 2011 yang beralamatkan di Jl. Tengku Bey No. 09 Pekanbaru yang dipimpin oleh Elfi Alfandi dengan Tanda Daftar Perusahaan (TDP) No. 040135213454, Surat Izin Tempat Usaha (SITU) No. 0011/BPT/2011, dan NPWP No. 03.087.821.9-216.000.

c. CV. Surya Mentari Abadi

CV. Surya Mentari Abadi merupakan salah satu perusahaan pesaing CV. Hasby & Co dalam tender pengadaan barang dan jasa pada PT. Perkebunan Nusantara V. CV. Surya Mentari Abadi berdiri pada tahun 2010 yang beralamatkan di Jl. Nenas No. 29 Pekanbaru yang dipimpin oleh Muhammad Supri dengan Tanda Daftar Perusahaan (TDP) No. 040135212670, Surat Izin Tempat Usaha (SITU) No. 0656/BPT/2010, dan NPWP No. 03.034.602.7-216.000.

d. CV. Lombok Jaya

CV. Lombok Jaya merupakan salah satu perusahaan pesaing CV. Hasby & Co dalam tender pengadaan barang dan jasa pada PT. Perkebunan Nusantara V. CV. Lombok Jaya berdiri pada tahun 2008 yang beralamatkan di Jl. Ahmad Yani II No. 7A Pekanbaru yang dipimpin oleh Saipul Pahmi dengan Tanda Daftar Perusahaan (TDP) No. 040135209359, Surat Izin Tempat Usaha (SITU) No.

1260/D/KPT/WK-2007, Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) Kecil No. 1708-779/Dinas 04.01/USDAG/VII/2008, dan NPWP No. 02.643.771.5-216.000.

e. CV. Karya Makmur

CV. Karya Makmur merupakan salah satu perusahaan pesaing CV. Hasby & Co dalam tender pengadaan barang dan jasa pada PT. Perkebunan Nusantara V. CV. Karya Makmur berdiri pada tahun 2008 yang beralamatkan di Jl. Pelita Komp. Wana Griya Blok. A No. 5, Pekanbaru yang dipimpin oleh Ir. M. Zulkifli Nasution dengan Tanda Daftar Perusahaan (TDP) No. 040135205889, Surat Izin Tempat Usaha (SITU) No. 3059/G/KPT/WK-2008, Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) Kecil No. 1925/Dinas 04.01/USDAG/VIII/2008/01, dan NPWP No. 02.202.000.2-216.000.

2. Mengajukan Penawaran dengan Harga yang Pantas dan Jasa yang Berkualitas.

Menghitung [harga](#) tender agar dapat memenangkan lelang serta mendapatkan kontrak pekerjaan memang sebuah teka-teki yang harus terpecahkan oleh CV. Hasby & Co sebelum mengikuti tender khususnya lelang proyek pengadaan barang dan jasa pada PT. Perkebunan Nusantara V, cara memenangkan tender proyek disini tentu terbatas pada [ruang](#) lingkup cara yang baik dan halal untuk dilakukan dalam upaya memenangkan tender proyek, beberapa strategi yang

dilakukan CV. Hasby & Co dan perusahaan pengikutnya saat mengikuti tender yang bagus antara lain:

1. Harus mengetahui dan menyelidiki harga peserta tender lainnya yang menjadi pesaing dalam memenangkan lelang proyek
2. Mengurangi harga penawaran dengan cara membuat metode kerja yang cocok untuk digunakan, efisien serta efektif sehingga didapatkan harga penawaran yang lebih murah namun tetap menghasilkan pekerjaan dengan kualitas maksimal.
3. Mencari dan menjalin hubungan baik dengan penyedia atau supplier material serta peralatan kerja yang baik dan professional dibidangnya sehingga didapatkan produk dengan harga murah dan berkualitas.
4. Mencari, merangkul dan mempunyai tenaga kerja professional untuk estimator perkiraan harga tender dan tenaga kerja yang bagus untuk melaksanakan proyek, berbagai upaya harus dilakukan sehingga semua tenaga kerja dapat bekerja dengan semangat dan maksimal.
5. Menghitung dan mengatur cash flow proyek sedemikian rupa dengan berbagai tips dan inovasi yang mungkin dilakukan sehingga biaya-biaya yang timbul dapat diminimalisasi, pekerjaan dapat berjalan lancar serta target laba dapat tercapai.
6. Mempunyai pengalaman yang cukup sehingga dapat menghitung harga tender dengan biaya sebesar mungkin namun masih dalam batas kewajaran, harga tidak melebihi perkiraan harga pemilik

proyek serta harga tender yang diajukan adalah termurah dari seluruh peserta tender proyek.

7. Perhitungan harga juga harus dilakukan antisipasi perubahan biaya proyek selama periode tertentu selama pelaksanaan kontrak pekerjaan pembangunan sehingga tidak terpengaruh dengan berbagai kondisi yang mungkin terjadi seperti krisis moneter atau gejolak politik.³⁶

Contoh:

Terlampir

Dari table terlampir dapat dilihat dalam tender perbaikan fibre cyclone c/w ducting di pabrik kelapa sawit Sei Intan, CV. Hasby & Co menggunakan CV. Putra Andalas, CV, Surya Mentari Abadi dan CV. Nusa Indah sebagai lawannya. Dalam penentuan penawaran harga CV. Hasby & Co berpatokan kepada harga yang ditentukan oleh PT. Perkebunan Nusantara V. Harga penawaran harus lebih kecil dari harga tender dan penawaran harga terkecil itu lah sebagai pemenang tender dan dalam tender ini dimenangkan oleh CV. Hasby & Co.

Dengan beberapa strategi tersebut maka CV. Hasby & Co bisa melakukan perhitungan harga tender yang baik untuk memenangkan lelang.³⁷

³⁶ Desprianso, Staf ADMI CV. Hasby & Co, *wawancara*, Pekanbaru. Tanggal 05 Januari 2012

³⁷ Hariawan Hendri, Staf CV. Hasby & Co, *wawancara*, Pekanbaru. Tanggal 05 Januari 2012

3. Teliti dalam Mengisi Dokumen Penawaran.

Dalam mengisi dokumen penawaran tender, petugas yang telah ditetapkan oleh CV. Hasby & Co harus memeriksa instruksi-instruksi yang diberikan dalam dokumen lelang. tidak merubah setiap deskripsi yang telah ditentukan dalam dokumen tersebut.

Dokumen-dokumen yang harus dilengkapi dalam mengikuti tender yaitu:

- a. Penawaran Harga
- b. Profil Perusahaan
- c. Tanda Daftar Ulang Perusahaan Rekanan
- d. Surat pernyataan tunduk
- e. Suerat pernyataan mampu melakukan tindakan hokum
- f. Surat pernyataan mampu dan ahli
- g. Surat pernyataan kebenaran dokumen
- h. Fakta integritas³⁸

Contoh-contoh dokumen diatas semua terlampir.

4. Memberikan Barang dan Jasa Sesuai dengan yang Ditawarkan.

Dalam memberikan barang dan jasa tidak mengganti dengan barang lain yang berbeda kualitas, type, jenis, jumlah yang tidak sesuai dengan dokumen penawaran maupun dokumen kontrak yang telah dibuat.

³⁸ Uswatin nisa, sekretaris CV. Hasby & Co, *wawancara*, Pekanbaru. Tanggal 05 Januari 2012

Contohnya dalam perbaikan fibre cyclone c/w ducting di pabrik kelapa sawit Sei Intan. Seperti yang tercantum dalam table 4.1 jenis barang, ukuran dan type serta jumlahnya telah dicantumkan. CV. Hasby Hasby & Co harus memberikan barang dan jasa seperti yang telah disepakati pada waktu pelelangan.

5. Mencari Pemasok, Pabrik Pemasok Barang Sesuai Kebutuhan yang dapat Dipercaya dan Berpengalaman.

CV. Hasby & Co harus pandai dalam memilih pemasok barang dan jasa agar terciptanya kepuasan pelanggan dalam hal ini PT. Perkebunan Nusantara V dalam setiap pekerjaan tender. Untuk memasok barang dan jasa CV. Hasby melakukan kerjasama dengan beberapa perusahaan diantaranya UD. 555 yang terdapat di Pekanbaru dan Aneka Hydriloc Machine yang terdapat di Medan.³⁹

B. Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Strategi CV. Hasby & Co dalam Memenangkan Tender Pengadaan Barang dan Jasa

Islam sebagai agama yang ajaran-ajarannya diturunkan Allah SWT untuk umat manusia melalui Nabi Muhammad SAW berfungsi sebagai petunjuk bagi kehidupan agar mencapai kehidupan yang sejahtera lahir dan bathin, dunia akherat, jasmani dan rohani. Dan Islam mengatur

³⁹ Edi suriaadi, Staf CV. Hasby & Co, *wawancara*, Pekanbaru. Tanggal 05 januari 2012

segala aspek kehidupan termasuk berbisnis. Berbisnis adalah salah satu aspek instrumen ekonomi Islam.

Dalam ekonomi Islam terdapat beberapa prinsip yaitu:

a. Siap menerima resiko

prinsip-prinsip ekonomi syariah yang dapat dijadikan pedoman oleh setiap muslim dalam bekerja untuk menghidupi dirinya dan keluarganya, yaitu menerima resiko yang terkait dengan pekerjaan itu. Keuntungan dan manfaat yang diperoleh juga terkait dengan jenis pekerjaannya. Karena itu, tidak ada keuntungan /manfaat yang diperoleh seseorang tanpa resiko.

b. Tidak melakukan penimbunan

c. Tidak monopoli

d. Pelarangan interes riba

e. Solidaritas sosial⁴⁰

Secara rinci tujuan Ekonomi Islam adalah *pertama*, mencari kesenangan akherat yang diridhoi Allah dengan segala capital yang diberikan tuhan kepada manusia. *Kedua*, memperjuangkan kebutuhan hidup manusia atau dengan kata lain mencari rezeki. Dan yang *ketiga*, berbuat baik kepada masyarakat.⁴¹

Dalam setiap bisnis pasti akan mengalami yang namanya resiko, maka oleh sebab itu maka perlu adanya strategi untuk mempertahankan

⁴⁰ Zainudin Ali, *Hukum Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2009), Ed. 1, Cet, ke-2, h. 7

⁴¹ Zainal Arifin Ahmad, *Dasar-dasar Ekonomi Islam*, (Jakarta: Bulan Bintang, 1997) cet. Ke-1, hal. 153

kelangsungan hidup perusahaan. Islam mengajarkan kepada umatnya untuk berlaku jujur dan tidak berbuat curang, salah satunya dalam mengatur strategi dalam memenangkan tender dalam setiap ada pelelangan kerja pengadaan barang dan jasa.

Bisnis dalam Islam bertujuan untuk mencapai empat hal utama: (1) target hasil: profit-materi dan benefit-nonmateri, (2) pertumbuhan, (3) keberlangsungan, (4) keberkahan.⁴² Nabi Muhammad SAW menyebutkan secara jelas bahwa jual beli adalah usaha yang paling baik,

Upaya yang dilakukan CV. Hasby & CO ini adalah memberikan barang dan jasa yang sesuai dengan yang ditawarkan dan meningkatkan di bidang pelayanan dalam menghadapi persaingan dengan perusahaan-perusahaan lainnya untuk memenangkan tender barang dan jasa. Dalam ekonomi Islam perbuatan mengajak seseorang kepada hal yang baik sangat dianjurkan. Mengajak seseorang kepada kebaikan merupakan hal yang terpuji dengan menggunakan cara-cara yang halus, tanpa ada unsur paksaan dan memberikan pengajaran atau pengetahuan yang berguna baginya, Allah berfirman dalam surat Ali Imran ayat 104 sebagai berikut:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ
 وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿١٠٤﴾

Artinya: “Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan

⁴² Muhammad dan Lukman Fauroni, *Visi al-Qur'an Tentang Etika dan Bisnis*, (Jakarta: Salemba Diniyah, 2002), h.18

mencegah dari yang munkar merekalah orang-orang yang beruntung”⁴³.

Ayat diatas menerangkan bahwa kewajiban mengajak seseorang kepada kebajikan dalam setiap aspek kehidupan termasuk menjalankan perekonomian dengan cara yang baik, halus dan penuh hikmah.

Menjaga kepercayaan rekanan kerja merupakan sesuatu mutlak dan harus dilakukan oleh CV. Hasby & Co Pekanbaru. Kegiatan konkrit yang dilakukan CV. Hasby & Co Pekanbaru adalah untuk mengoptimalkan pelayanan kepada konsumen agar terciptanya sarana sesuai, nyaman sehingga PT. PN V menjadi rekanan kerja CV. Hasby & Co serta bisa menarik perusahaan lain untuk menjadi rekanan kerja dalam bidang pengadaan barang dan jasa. Hal-hal tersebut tidak terlepas dari nilai-nilai Ekonomi Islam, sehingga timbul rasa suka sama suka, hakikatnya adalah setiap perkataan dan perbuatan khususnya dalam melayani konsumen harus mencerminkan nilai-nilai Islam sehingga konsumen dan karyawan tidak merasa menjadi pihak yang dirugikan.

Kewajiban seorang karyawan harus melayani rekanan kerja dengan baik, namun tidak heran kadang rekanan kerja ingin memilih satu perusahaan yang dianggapnya selalu memberikan kepuasan baginya dalam pelayanan. CV. Hasby & Co juga berprinsip bahwa dengan pelayanan yang baik pihak perusahaan akan mendapat simpati dari rekanan kerja dan akan berakibat pada keberhasilan kinerja perusahaan dalam memenangkan tender dan menjalankan dengan baik sebagai pemenang tender.

⁴³ Departemen Agama RI, *op. cit.*,h.63

Di dalam strategi memenangkan tender CV. Hasby & Co masih belum sesuai dengan ekonomi Islam karena terdapat unsur kebhatilan, dan kezaliman . Oleh karena itu kinerja CV. Hasby & Co dalam menggunakan strateginya maupun operasionalnya tidak dapat dibenarkan oleh Islam, sebagaimana dalam firman Allah dalam Surat Annisa ayat 29:

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu, Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”⁴⁴.

Dalam ayat ini Allah menyuruh untuk mencari rezeki yang halal lagi baik, tidak menggunakan cara bathil, tidak berlebih-lebihan, tidak dizalimi dan menzalimi dan *gharar* (ketidak jelasan dan manipulatif).

Setiap aspek kegiatan yang dilakukan dalam mencari rezeki telah diatas dalam al Quran yang telah dijelaskan pada ayat diatas. Maka Cv. Hasby & co dalam menjalankan kegiatannya atau mencari keuntungan harus tidak menggunakan cara yang bathil da zalaim.

Islam adalah agama yang tidak sempit terhadap perubahan dan perkembangan zaman, segala perubahan dan perkembangan yang terjadi itu dapat diakomodir dengan dengan catatan semua itu tidak bertentangan dengan syariat agama islam. Terlebih lagi pada saat sekarang ini, dunia usaha semakin maju dan berkembang sehingga hal itu mengakibatkan

⁴⁴ Departemen Agama RI, *op.cit.*,h. 83

tuntutan bagi umat Islam untuk menetapkan kejelasan status hukumnya, sebab terkadang permasalahan yang terjadi tidak secara terperinci.

Dengan demikian bukan berarti ekonomi Islam tidak mampu menjawab setiap permasalahan yang muncul, karena islam menghendaki pemeluknya menggunakan akal yang dianugerahkan oleh Allah SWT yang dapat menganalisa setiap perubahan dan perkembangan yang mereka hadapi.

Penulis menganalisa bahwa dilihat dari sudut pandang Ekonomi Islam tentang permasalahan strategi CV. Hasby & Co dalam memenangkan tender pada PT. PN V terdapat pelanggaran dalam Undang-undang dan syariat islam, karena perusahaan menggunakan cara bersekongkol sedangkan dalam UU NO. 5 tahun 1999 ada larang bersekongkol yaitu pada pasal 22, dan juga dalam pandangan ekonomi Islam ada unsur *najsy*. Menurut perspektif ekonomi Islam strategi CV. Hasby & Co dalam memenangkan tender tidak sesuai dengan ekonomi Islam karena terdapat pelanggaran dan unsur *najsy* yang tidak dibenarkan dalam syariat Islam.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Setelah pengumpulan data dan dianalisa maka dapat di tarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Upaya CV. Hasby & Co memenangkan tender di bidang pengadaan barang dan jasa pada PT. Perkebunan Nusantara V, dengan menerapkan beberapa strategi, yaitu:
 - a. Mendirikan perusahaan-perusahaan pesaing yang legal dalam tender tersebut
 - b. Mengajukan penawaran dengan harga yang pantas untuk barang dan jasa yang diminta secara berkualitas.
 - c. Teliti dalam mengisi dokumen penawaran.
 - d. Memberikan barang dan jasa sesuai dengan yang ditawarkan.
 - e. Mencari pemasok, pabrik pemasok barang sesuai kebutuhan yang dapat dipercaya dan berpengalaman
2. Menurut perspektif ekonomi Islam strategi CV. Hasby & Co dalam memenangkan tender tidak sesuai dengan ekonomi Islam karena perusahaan menggunakan cara bersekongkol sedangkan dalam UU NO. 5 tahun 1999 ada larangan bersekongkol yaitu pada pasal 22, dan juga dalam pandangan ekonomi Islam ada unsur *najsy*.

B. Saran

Dalam kesempatan ini, penulis juga memberikan saran yang mungkin dapat dilaksanakan adalah:

1. Kepada CV. Hasby & Co agar lebih memperhatikan atau menerapkan nilai-nilai ekonomi Islam dalam mengajukan penawaran tender dalam bidang pengadaan barang dan jasa karena ada undang-undang yang mengaturnya.
2. Pihak PT. PN V selaku panitia tender, hendaknya dapat mempertimbangkan penawaran yang diajukan oleh perusahaan-perusahaan lain yang ikut bersaing dalam memenangkan tender.
3. Kepada perusahaan lain yang ikut dalam tender atau yang bermain tender agar tidak melanggar undang-undang dan memperhatikan nilai-nilai ekonomi Islam dalam strategi atau dalam pemasarannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah Amrin, *Strategi Pemasaran Asuransi Syariah*, Jakarta, Grasindo, 2007
- Adi, Rianto. *Metode Penelitian Social Dan Hukum*, Jakarta: Granit, 2004. Cet ke-1
- Ahmad Sutarmadi, *al Imam Al tirmidzi*, Jakarta: PT. Logos Wacana Ilmu, 1998 Cet ke-1
- Ahmad wardi muslich, *Fiqh Muamalat*, (Jakarta: Amzah, 2010), Ed. 1, Cet. Ke-1
- Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 2007. Cet ke-1
- Akhmad Nur Zaroni, *Bisnis dalam Perspektif Islam (Telaah Aspek Keagamaan Dalam Kehidupan Ekonomi)*, samarinda: STAIN Samarinda, 2011
- Alma, Buchari, *Dasar-dasar Etika Bisnis Islami*, Bandung: Afabeta Bandung. 1993. Cet Ke-3
- Assauri Sofjan, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2007. Cet ke-1
- David J Hunger, *Manajemen Strategi*, Yokyakarta: ANDI, 2001. Cet ke-1
- Departemen Agama RI, *Al Quran Dan Terjemahan*, Bandung: PT. Syaamil Cipta Media. 2002, Cet. Ke-3
- Henry Simamora, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Yokyakarta: STIE YKPN, 1997, Cet. Ke-3, edisi ke-4
- <http://akhisaad.blogspot.com/2011/10/file-238-hukum-lelang-dalam-islam.html>, diakses tanggal 03 oktober 2012
- <http://kontruksibangunan-kb1.blogspot.com/2011/12/pengertian-tender-pelelangan.html>, diakses tanggal 02 oktober 2012
- <http://lazuardiirawan.wordpress.com/2012/01/30/telaah-kitab-jual-beli-dalam-islam-yang-boleh-dan-yang-terlarang/>, diakses tanggal 01 Oktober 2012

- KPPU, *Pedoman pasal 22 tentang Larangan Persekongkolan dalam Tender Berdasarkan UU Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat* (Jakarta: Cet. Ke-IV, 2007) h. 4
- Kasmir, *Pemasaran Bank*, Jakarta: kencana, 2005, Cet. Ke-2
- Malahayati, *Rahasia Sukses Bisnis Rasulullah*, Yogyakarta: Jogja Great Publisher. 2001. Cet Ke-1
- Muhammad ismail, Yusanto, *Menggagas Bisnis Islam*, Jakarta: Gema Insani, 2008. Cet. Ke-7
- Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Analisa Perencanaan Implementasi dan Kontrol*, Jakarta: Prehalindo, 1997, jilid 1, Cet. Ke-1
- _____, *Manajemen Perusahaan*, Jakarta: PT. Indeks Gramedia, 2001. Edisi 2, jilid ke-2
- Suarman Ujang, *Perilaku Konsumen Teori Penerapan Dalam Pemasaran*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003. Cet ke-1
- Supriyono, *Manejemen Strategi dan Kebijakan Bisnis*, Yokyakarta, BPFE, 1991, Cet. Ke-1.
- Swasta Bashu, *Strategi Pemasaran Dalam Bisnis*, Jakarta, Gramedia Pustaka Umum, 2000, Ed. IV.
- Umar, *Strategi Manajemen in Actgion*, Yokyakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003. Cet ke-1
- William Staton, *Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 1996. Cet ke-1.
- Yakum Adi Krisanto, “Analisis pasal 22 UU Nomor 5 Tahun 1999 dan Kaarakteristik Putusan KPPU tentang Persekongkolan Tender”, *Jurnal Hukum Bisnis*, vol.24 Nomor II, 2005, h. 44
- Yasril Yasid, Masduki, Ginda, Darusman, *Metodologi penelitian*, Pekanbaru: Unri pers, 2009
- Zainal Arifin Ahmad, *Dasar-dasar Ekonomi Islam*, Jakarta: Bulan Bintang, 1997 cet. Ke-1

Zainudin Ali, *Hukum Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2009), Ed. 1, Cet, ke-
2